

## »Wir sind wichtiger Teil eines großen Ganzen«

*Die Ardex-Tochter Wakol übernahm in 2018 eine Mehrheitsbeteiligung am Unternehmen Loba. Wie es um den Oberflächenspezialisten bestellt ist und was jetzt ansteht, erläutert Mario Probst, Loba-Bereichsleiter Vertrieb & Marketing.*

**M**ario Probst ist seit Januar 2018 Bereichsleiter Vertrieb & Marketing beim Ditzinger Oberflächenspezialisten Loba. Neben dem deutschen und internationalen Vertrieb verantwortet er zudem die Abteilungen Service-Center sowie Marketing & Kommunikation. Vor seiner Tätigkeit bei Loba war der ehemalige Profi-Sportler in unterschiedlichen Management-Positionen tätig – so etwa bei den »MHP RIESEN Ludwigsburg«, einem Team der Basketball-Bundesliga, wo er über zehn Jahre lang die Bereiche Sponsoring und Marketing prägte.

Bei einem Besuch in der Redaktion OBJEKT sprach Mario Probst über die Entwicklung von Loba in 2017 sowie 2018 und natürlich auch darüber, dass Loba künftig Teil des internationalen Verbundes der Ardex-Gruppe sein wird. Der Klebstoffhersteller Wakol, der seit dem Jahr 2015 mehrheitlich zu Ardex gehört, übernahm im Oktober 2018 eine Mehrheitsbeteiligung an Loba und bereitete dieser neuen »Zugehörigkeit« den Weg.

**Herr Probst, wie ist es in den letzten beiden Jahren für Loba geschäftlich gelaufen?**

Mario Probst: 2017 war ein Rekordjahr für Loba. Wir generierten einen Umsatz von rund 22,9 Mio. Euro in über 60

Ländern. Deutschland ist dabei nach wie vor der stärkste Umsatzmotor. In einem nicht organisch wachsenden Markt besetzen wir hier mit rund 25 Prozent Marktanteil bei den wasserbasierten Versiegelungssystemen eine sehr gute Position, die wir auch weiterhin behaupten werden.

**Wie ist es um Loba im Ausland bestellt?**

Als besonders stark hat sich der nordamerikanische Markt mit den USA und Kanada entwickelt. In 2019 könnten Nordamerika und Deutschland sogar die gleiche Größe einnehmen. Erfolgreich laufen auch Osteuropa und Skandinavien. Traditionell sind wir sehr gut vertreten in den Niederlanden und Belgien. Eine Überraschung des Jahres 2018 war Australien, das mittlerweile unter den Top-3-Regionen von Loba rangiert.

**Wie strukturiert sich Ihr Vertrieb in Deutschland?**

Das Interessante bei uns ist die inhomogene Struktur. Es gibt sozusagen nicht nur die eine Antwort. Unsere starke Marktposition resultiert einerseits daraus, dass wir sehr gebietspezifisch agieren. In einigen Regionen liefern wir fast ausschließlich direkt an die verarbeitenden Betriebe. Anderer-

seits verfügen wir über starke Handelsstrukturen in puncto Holzfachhandel und stellenweise Bodenbelagsgroßhandel. Weiterhin spielen auch Objektore sowie Gebäudereiniger eine enorm wichtige Rolle.

Wir sind besonders stark im direkten Kontakt zum Verarbeiter. Das erreichen wir durch den enormen Einsatz unseres Außendienstes, der durchweg mit Experten besetzt ist. Diese Kompetenz zeichnet uns aus und macht uns glaubwürdig. Insgesamt haben wir eine Fußballmannschaft im Feld – einen Vertriebsleiter und zehn Mitarbeiter in ebenso vielen Gebieten.

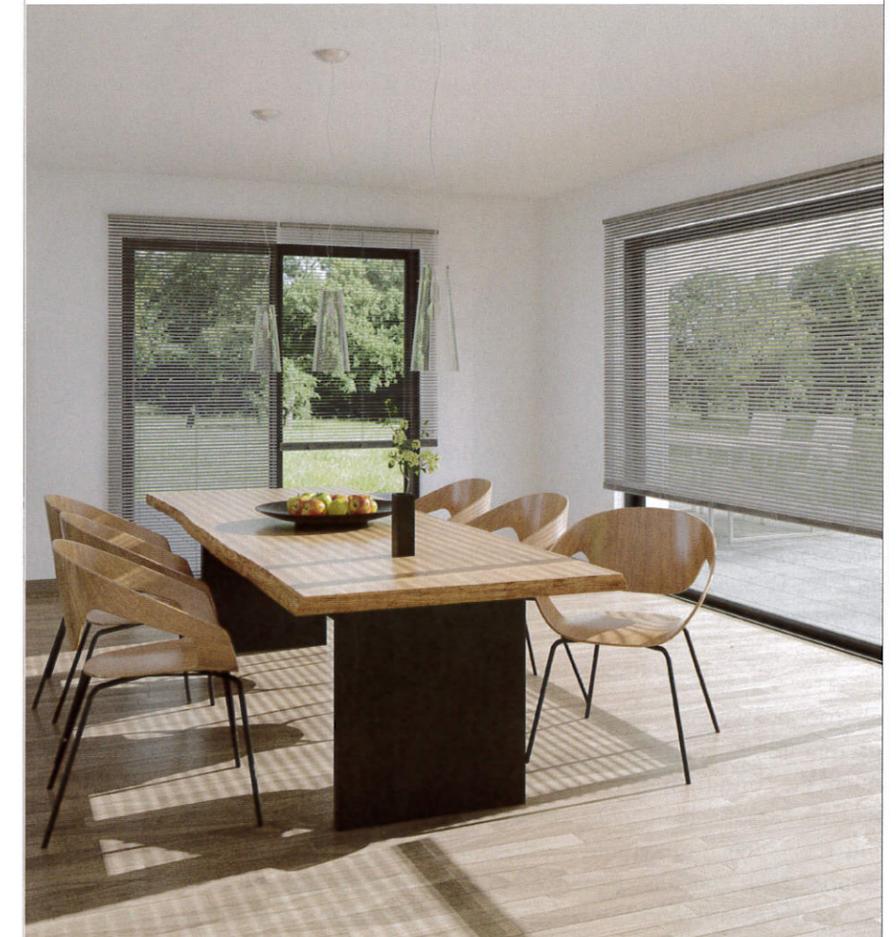
**Mit Loba bringt man ganz klar die Oberfläche in Sachen hölzerne Fußböden in Verbindung. Viele Marktbegleiter widmen sich aber daneben der Sanierung von elastischen Belägen. Haben Sie auch derartiges im »Köcher«?**

Das stimmt, traditionell liegt unser Schwerpunkt auf der Holzoberfläche. Wir öffnen uns aber auch anderen Themen: In diesem Jahr haben wir beispielsweise ein System zur Versiegelung und Renovierung von elastischen Belägen herausgebracht, den »Lobadur 2K UltraElastic«. Es handelt sich um einen 2K-Polyurethanlack auf Wasserbasis, den wir speziell für PVC, Linoleum sowie Designbeläge entwickelt haben. Der Lack schließt mit seinem hoch strapazierfähigen Schutzfilm offene Fugen und ermöglicht eine leichte und effiziente Reinigung. Zudem weist er eine hervorragende Chemikalien- und Abriebbeständigkeit auf. Mit dem neuen Produkt sammeln wir noch die ersten Erfahrungen. Sicherlich ist dies ein neues Segment, das wir sukzessive aufbauen, und somit eine Ergänzung zu unserem Kerngeschäft. Daneben haben wir schon im letzten Jahr zusammen mit Wakol ein Ober-

flächensystem für das Ölen und Versiegeln zementärer Spachtelmassen präsentiert, das sich bereits gut etabliert hat.

**Wakol, seit 2015 Teil der Ardex-Gruppe und seit 2006 Minderheitsgesellschafter bei Loba, hat im Oktober 2018 die Mehrheitsbeteiligung an Ihrem Unternehmen übernommen. Sicherlich war dies alles andere als eine »feindliche« Übernahme?**

Richtig! Wakol ist schon seit geraumer Zeit Gesellschafter bei Loba. Wir blicken auf langjährige gemeinsame Aktivitäten zurück, seien es ein 20-jähriges Joint Venture in Polen oder ein nunmehr zehnjähriges Joint Venture in den USA. Die intensive Zusammenarbeit ist daher gut eingespielt und sehr erfolgreich. Wir treten gemeinsam auf Messen auf und loben produktseitig die »Connected Systems« aus, wovon eine enge Kooperation unserer Entwicklungsabteilungen steht. Als Wakol im Jahr 2015 mehrheitlich an die Ardex-Gruppe ging, fanden aus diesem Momentum heraus auch die ersten Gespräche zwischen Loba-Geschäftsführer Michael Fischer, Wakol-CEO Christian Groß und Ardex-CEO Mark Eslamlooy statt. In diesen Gesprächen hat sich ein gegenseitiges Interesse herauskristallisiert, Loba zu einem gewissen Zeitpunkt in die Gruppe zu integrieren, um die Weichen für die Zukunft unseres Familienunternehmens zu stellen. Im Oktober 2018 wurde dann der Vertrag zur Aufstockung der Unternehmensanteile an Loba unterzeichnet und Wakol somit zum Mehrheitsgesellschafter. Natürlich gehört Loba damit jetzt zur Ardex-Gruppe und ist fortan eine von 16 Marken des Ardex-Portfolios. Wir sind ein wichtiger Teil eines großen Ganzen! Aber: Firmierung, Marke und Vertriebsstruktur von Loba bleiben



Messemonat Januar | *MHZ auf Heimtextil und BAU*

Im Trend und mittendrin: Erleben Sie MHZ auf Heimtextil und BAU live! Vom 8. bis 11. Januar in Frankfurt und vom 14. bis 19. Januar in München. Als gleichzeitiger Branchentreff und Trendsetter setzen beide Messen Maßstäbe für die folgende Saison. Entdecken Sie innovative Produkte und neue Kollektions-Highlights. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

MHZ Hachtel GmbH & Co. KG  
Sindelfinger Straße 21 · 70771 Leinfelden-Echterdingen · [www.mbz.de](http://www.mbz.de)



*Mario Probst, Bereichsleiter Vertrieb & Marketing bei Loba: »Zunächst gilt es, die bestehende Kooperation mit Wakol zu stärken. Im Ardex-Verbund sehen wir auch international große Chancen und weitere Türen, die sich für uns öffnen. Nun muss gemeinsam geklärt werden, wo und in welchen Kanälen die Marke Loba platziert werden kann.«*

ebenso bestehen wie die Ansprechpartner für Kunden und Lieferanten. Auch die Unternehmensorganisation und das Personal bleiben unverändert.

### ***Gab es denn zunächst Bedenken auf Seiten der Belegschaft?***

Wakol und Ardex haben bei uns im Hause sehr eindrucksvoll präsentiert, welche Strategie die Gruppe verfolgt. Es handelt sich ebenfalls um Familienunternehmen und nicht um irgendeinen Investor aus dem Ausland, der möglicherweise Produktionsorte verlagert oder geschlossen sowie Mitarbeiter entlassen hätte.

Die grundsätzliche »familiäre« Unternehmenskultur ist bei allen drei Unternehmen gegeben. Diese nachhaltige Firmenpolitik passt bestens zusammen und unsere Mitarbeiter sind absolut positiv gestimmt, bedeutet die Sicherung der langfristigen Nachfolge von Michael Fischer doch auch berufliche Sicherheit für sie. Darüber hinaus wird unser Standort in Ditzingen als Ent-

wicklungs- und Produktionszentrum für die Oberflächenveredelung weiter ausgebaut.

### ***Loba ist nun eine von 16 Marken des Ardex-Portfolios. Welche Ziele und Strategien sind damit verknüpft? Welche Synergien können gehoben werden?***

Zunächst gilt es, die bestehende Kooperation mit Wakol zu stärken. Im Ardex-Verbund sehen wir auch international große Chancen und weitere Türen, die sich für uns öffnen.

Nun muss gemeinsam geklärt werden, wo und in welchen Kanälen die Marke Loba platziert werden kann. Wie genau das vonstatten gehen wird, können wir zu diesem Zeitpunkt noch nicht sagen. Wir stehen am Anfang einer intensiven Zusammenarbeit. Nun ist gerade erst der »Startschuss« gefallen, weswegen wir vermeiden wollen, eine verfrühte Erwartungshaltung aufzubauen.

Schnelle Synergie-Effekte können wir

in einem solchen Verbund sicherlich im administrativen Bereich erzielen. Strategisch und produkttechnisch planen wir, uns im Jahr 2019 eingehend miteinander zu beschäftigen und Projekte zu identifizieren, die wir dann mittel- und langfristig bearbeiten werden.

Die Zusammenarbeit mit Wakol bauen wir weiter aus, auch im Ausland. Zur »Domotex« in Hannover stellen wir wieder gemeinsam aus. So haben wir Hand in Hand das »Connected Systems«-Konzept weiterentwickelt und es noch zuverlässiger für Verarbeiter gemacht. Wir freuen uns, die »neuen Connected Systems« auf der »Domotex« zu präsentieren!

***Vielen Dank für das Gespräch!***

*Thomas Ottaviano*